

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA GALERI INDOSAT SOLO**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi strata 1 pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

MIRA ISNAINI MARFUATUN

B100130257

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA GALERI INDOSAT SOLO**

PUBLIKASI ILMIAH

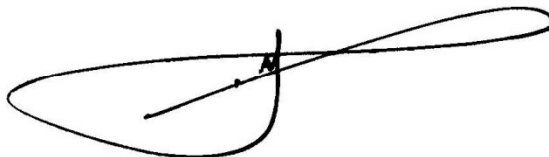
Oleh:

MIRA ISNAINI MARFUATUN

B100130257

Telah diperiksa dan di setujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized loop with a horizontal line crossing it, and a small 'M' mark above the loop.

Drs. Wiyadi, MM, Ph.D.

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA GALERI INDOSAT SOLO**

Yang ditulis oleh:

MIRA ISNAINI MARFUATUN

B100130257

**Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Pada hari Sabtu, 10 Juni 2017

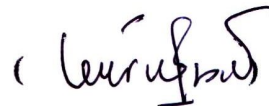
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji:

1. Drs. Wiyadi, MM, Ph.D
2. Dr. Edi Purwo Saputro, SE., MSi
3. Dra. Wuryaningsih DL, MM

()

()

()

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



()
Dr. Svamsudin M.M.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat pernah ditulis oleh orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 Juni 2017

Penulis,



MIRA ISNAINI MARFUATUN

B100130257

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GALERI INDOSAT SOLO

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi faktor *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada Galeri Indosat Solo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan Galeri Indosat Solo yang berjumlah sebanyak 100 responden. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji F, koefisien determinasi (*Adjusted R²*), dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dalam dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil Uji koefisien determinasi (*adjusted R²*) menunjukkan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan dalam dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sebesar 39%, dan model tersebut telah lolos dari pengujian asumsi klasik.

Kata kunci: *kualitas pelayanan, tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, kepuasan pelanggan*

Abstract

*This research aim to know how influence of service quality covering factor of tangibles, reliability, responsiveness, empathy, and assurance to satisfaction of customer at Galeri Indosat Solo. Technique intake of sample the used is non probability sampling with method of accidental sampling. Population and sample of used at this research is customer of Galeri Indosat Solo amounting to counted 100 respondents. Hypothesis tested in this research use analyzer validity test, reliabilities test, classical assumption tests, doubled linear regression, F test, coefficient of determinacy (*Adjusted R²*), and t test.*

*Result of the research indicate that the service quality in the dimension of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy by together have an effect on positive to customer satisfaction. Result of the test coefficient of determinacy (*adjusted R²*) show customer satisfaction influenced by service quality in the dimension of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy equal to 39%, and the model have got away from the tested of classic assumption.*

Keyword: *service quality, tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer satisfaction.*

1. PENDAHULUAN

Peluang bisnis yang semakin besar menimbulkan sebuah persaingan yang begitu ketat. Hal inilah yang memicu perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanannya. Meningkatnya persaingan menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk membuat strategi pemasaran yang lebih baik lagi. Perusahaan harus lebih memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Perusahaan harus memberikan

kualitas pelayanan kepada pelanggan yang lebih baik dari pesaing. Dengan demikian, yang terbaiklah yang akan mampu bertahan dan menguasai pasar.

Jaman sekarang sudah modern, perusahaan yang mampu mengikuti jaman sudah pasti perusahaan tersebut mampu mengatasi segala hal yang berkaitan dengan cara mempertahankan pelanggan khususnya pelanggan mereka. Kini persaingan ketat sedang terjadi pada industri teknologi. PT. Indosat adalah suatu perusahaan yang berkaitan dengan jaringan teknologi telephone pada khususnya. Apalagi sekarang telephone bukan sebagai barang mahal lagi. Hampir setiap kalangan masyarakat menggunakan telephone, dari masyarakat yang kurang mampu sampai masyarakat yang mampu, dari masyarakat yang berpenghasilan rendah sampai masyarakat yang berpenghasilan tinggi. Perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pelayanan umum seperti telekomunikasi pada umumnya memiliki investasi yang cukup tinggi, bahkan lebih tinggi dari investasi pada operasi pabrik.

Kualitas pelayanan selalu berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas yang baik akan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Ikatan ini dibentuk untuk jangka panjang. Hal yang demikian ini membuat perusahaan mudah untuk memahami dengan seksama keinginan dan kebutuhan pelanggan, sehingga perusahaan dapat memaksimalkan kualitas pelayanannya untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan.

Suatu bisnis memiliki tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Sikap konsisten dan jasa yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat memberi manfaat. Dimana kepuasan pelanggan sendiri menjadi titik fokus perusahaan untuk menghindari kebangkrutan dan menarik pelanggan sebanyak-banyaknya dalam rangka meningkatkan keuntungan perusahaan.

Faktor lain dalam menentukan kepuasan pelanggan menurut Parasuraman ada lima dimensi, yakni :

- a. Bukti Fisik (*Tangibles*)
- b. Keandalan (*Reability*)
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- d. Jaminan (*Assurance*)
- e. Empati (*Emphaty*)

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai kepuasan pelanggan dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Galeri Indosat Solo”. Dengan perumusan

masalah adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari faktor *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *emphaty*, dan *assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada Galeri Indosat Solo?

2. METODE PENELITIAN

2.1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Dimana satuan-satuan atau individu-individu tersebut disebut unit analisis. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pelanggan Galeri Indosat Solo.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah sebagian pelanggan atau pelanggan Galeri Indosat Solo. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus 15 atau 20 kalivariabel bebas (Joseph F. Hair, 1998). Jadi, berdasar perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

2.2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Ferdinand, 2006:231). Hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan waktu yang ada. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental sampling*, Teknik penentuan sampel *berdasarkan kebetulan*, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok.

2.3. Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan dasar penelitian survey, yaitu dengan pembagian kuesioner kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai hal yang berhubungan dengan penelitian.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu para pelanggan atau pelanggan yang menggunakan jasa Galeri Indosat Solo.

2.4. Variabel Penelitian

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen

yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2006:26). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan.

Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006:26). Sesuai dengan pernyataan diatas, pengukuran kuesioner pada penelitian ini menggunakan data skala likert yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju, diberi skor 5.

S = Setuju, diberi skor 4.

CS = Cukup Setuju, diberi skor 3.

TS = Tidak Setuju, diberi skor 2.

STS = Sangat Tidak Setuju, skor 1.

2.5. Metode Analisis Data

Uji instrumen penelitian dilakukan untuk menguji kualitas data penelitian ini yang melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan dalam model regresi. Pada uji asumsi klasik terdapat beberapa metode pengujian, yaitu, uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

Regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh antara gaya kepemimpinan, motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja. Regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis yang menyatakan hubungan fungsional antara variabel independen dengan variabel dependen, dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

b_1 - b_5 = Koefisien regresi

X_1 = Bukti fisik (*Tangible*)

X_2 = Keandalan (*Reliability*)

X_3 = Daya tanggap (*Responsiveness*)

X_4 = Jaminan (*Assurance*)

X_5 = Empati / kepedulian (*Empathy*)

e = *error* / variabel pengganggu

Menurut Ghazali (2011:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel

dependen. Dalam hal ini untuk melihat hipotesis diterima atau ditolak adalah dengan menggunakan signifikansi t . Nilai signifikansi t harus dibandingkan dengan tingkat α . Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Kriteria dalam pengujian ini apabila $p\text{-value (sig.)} > 0,05$, maka H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila $p\text{-value (sig.)} < 0,05$, maka H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji-F digunakan untuk melihat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan, yakni dengan melihat nilai signifikansi dan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Jika nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05 hipotesis alternatifnya tidak dapat ditolak atau dengan $\alpha = 0,05$ variabel independennya secara statistik mempengaruhi variabel dependennya secara bersama-sama (Ghozali, 2011: 98).

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 makin mendekati satu maka makin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel independennya (Ghozali, 2011: 97).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Uji Kualitas Data

Uji validitas, semua butir pernyataan variabel *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil uji reliabilitas menunjukkan instrumen penelitian yaitu data kuesioner dari variabel *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel karena mempunyai nilai *alpha cronbach* $> 0,6$, sehingga dapat dipergunakan untuk mengolah data selanjutnya.

3.2. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,600 dengan nilai signifikan atau *asympt.sig (2-tailed)* $0,864 > 0,05$ ($p\text{-value} > 0,05$). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data residual model regresi dalam penelitian ini terdistribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal. Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance value* di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi penyimpangan multikolinearitas. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut menunjukkan

tidak ada gangguan heteroskedastisitas yang terjadi dalam proses estimasi parameter model penduga, dimana $p\text{-value} > 0,05$.

3.3.Uji Hipotesis

Tabel 1. Rekapitulasi Regresi Linier Berganda

Variabel	β	t_{hitung}	Sig.
(Constant)	-0,344	-0,212	0,833
<i>Tangibles</i> (X_1)	0,192	3,492	0,001
<i>Reliability</i> (X_2)	0,170	4,552	0,000
<i>Responsiveness</i> (X_3)	0,138	2,386	0,019
<i>Assurance</i> (X_4)	0,106	2,211	0,029
<i>Emphaty</i> (X_5)	0,125	3,047	0,003

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 21.00 diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = -0,344 + 0,192 (X_1) + 0,170 (X_2) + 0,138 (X_3) + 0,106 (X_4) + 0,125 (X_5) + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut:

Konstanta sebesar 0,344 dengan parameter negatif. Hal ini menunjukkan bahwa apabila *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati) dianggap konstan, maka kepuasan pelanggan akan turun, begitu juga sebaliknya.

Koefisien regresi *tangibles* (bukti fisik) sebesar 0,192. Hal ini dapat diartikan setiap terjadi peningkatan terhadap *tangibles* (bukti fisik) maka, mengakibatkan akan terjadi peningkatan pada kepuasan pelanggan, begitu juga sebaliknya.

Koefisien regresi *reliability* (kehandalan) sebesar 0,170. Hal ini dapat diartikan setiap terjadi peningkatan terhadap *reliability* (kehandalan) maka, mengakibatkan akan terjadi peningkatan pada kepuasan pelanggan, begitu juga sebaliknya.

Koefisien regresi *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap) sebesar 0,138. Hal ini dapat diartikan setiap terjadi peningkatan terhadap *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap) maka, mengakibatkan akan terjadi peningkatan pada kepuasan pelanggan, begitu juga sebaliknya.

Koefisien regresi *assurance* (jaminan) sebesar 0,106. Hal ini dapat diartikan setiap terjadi peningkatan terhadap *assurance* (jaminan) maka, mengakibatkan akan terjadi peningkatan pada kepuasan pelanggan, begitu juga sebaliknya.

Koefisien regresi *emphaty* (empati) sebesar 0,125. Hal ini dapat diartikan setiap terjadi peningkatan terhadap *emphaty* (empati) maka, mengakibatkan akan terjadi peningkatan pada kepuasan pelanggan, begitu juga sebaliknya.

Tabel 2. Hasil Uji t

Keterangan	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
<i>Tangibles</i> (X_1)	3,492	1,986	0,001	H ₁ diterima
<i>Reliability</i> (X_2)	4,552	1,986	0,000	H ₂ diterima
<i>Responsiveness</i> (X_3)	2,386	1,986	0,019	H ₃ diterima
<i>Assurance</i> (X_4)	2,211	1,986	0,029	H ₄ diterima
<i>Emphaty</i> (X_5)	3,047	1,986	0,003	H ₅ diterima

Sumber : Data primer diolah, 2017

Hasil pengujian statistik uji t untuk variabel *tangibles* (bukti fisik) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,492 > t_{tabel} sebesar 1,986 dengan nilai tingkat *p-value* sebesar 0,001 < α sebesar 0,05, maka hipotesis diterima. Hal tersebut berarti *tangibles* (bukti fisik) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan *tangibles* (bukti fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan adalah terbukti.

Hasil pengujian statistik uji t untuk variabel *reliability* (kehandalan) diperoleh t_{hitung} sebesar 4,552 > t_{tabel} sebesar 1,986 dengan nilai tingkat *p-value* sebesar 0,000 < α sebesar 0,05, maka hipotesis diterima. Hal tersebut berarti *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan adalah terbukti.

Hasil pengujian statistik uji t untuk variabel *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,386 > t_{tabel} sebesar 1,986 dengan nilai tingkat *p-value* sebesar 0,019 < α sebesar 0,05, maka hipotesis diterima. Hal tersebut berarti *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan adalah terbukti.

Hasil pengujian statistik uji t untuk variabel *assurance* (jaminan) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,211 > t_{tabel} sebesar 1,986 dengan nilai tingkat *p-value* sebesar 0,029 < α sebesar 0,05, maka hipotesis diterima. Hal tersebut berarti *assurance* (jaminan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis keempat yang

menyatakan *assurance* (jaminan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan adalah terbukti.

Hasil pengujian statistik uji t untuk variabel *emphaty* (empati) diperoleh t_{hitung} sebesar $3,047 > t_{tabel}$ sebesar 1,986 dengan nilai tingkat *p-value* sebesar $0,003 < \alpha$ sebesar 0,05, maka hipotesis diterima. Hal tersebut berarti *emphaty* (empati) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis kelima yang menyatakan *emphaty* (empati) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan adalah terbukti.

Tabel 3. Hasil Uji F

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.	Keterangan
13,666	2,31	0,000	Model Fit

Sumber : Data primer diolah, 2017

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $13,666 > F_{tabel}$ sebesar 2,31 dengan nilai signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati) berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R^2	<i>Adjusted R²</i>
0,421	0,390

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,390. Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yang terdiri dari upah dan insentif mampu menjelaskan variabilitas variabel dependen yaitu kinerja karyawan sebesar 39%. Sementara itu, sisanya sebesar 61% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

3.4. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, *tangibles* (bukti fisik) dari Galeri Indosat Solo yang ditunjukkan dengan lokasi yang strategis, gedung yang luas, ruangan yang nyaman dan fasilitas pendukung yang cukup memadai sebagai pemberi pelayanan akan menentukan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006), Manullang (2008), Ardiawan (2009), serta Hong dan

Marimuthu (2014) yang menyatakan bahwa *tangibles* (bukti fisik) terbukti secara positif signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, *reliability* (kehandalan) dari Galeri Indosat Solo yang ditunjukkan dengan kehandalan dalam bentuk prosedur pelayanan, kesiapan dan kesigapan karyawan, dan kemampuan pelayanan karyawan dalam melayani konsumen serta konsistensi dalam produk dan layanan dari Galeri Indosat Solo akan dipertimbangkan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006), Manullang (2008), Ardiawan (2009), serta Hong dan Marimuthu (2014) yang menyatakan bahwa *reliability* (kehandalan) terbukti secara positif signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap) dari Galeri Indosat Solo yang ditunjukkan dengan kesediaan karyawan dalam membantu, kesediaan karyawan dalam memberikan informasi, respon yang cepat dari karyawan, dan penyelesaian masalah dengan cepat akan memberikan pengaruh dalam terbentuknya kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006), Manullang (2008), Ardiawan (2009), serta Hong dan Marimuthu (2014) yang menyatakan bahwa *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap) terbukti secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, *assurance* (jaminan) dari Galeri Indosat Solo akan memberikan peningkatan pada kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan, karyawan yang mempunyai pengetahuan luas dan jaminan kepercayaan yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada produk dan layanan dari Galeri Indosat Solo sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006), Manullang (2008), Ardiawan (2009), serta Hong dan Marimuthu (2014) yang menyatakan bahwa *assurance* (jaminan) terbukti secara positif signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, adanya *emphaty* (empati) dari karyawan Galeri Indosat Solo dalam bentuk perhatian yang sama tanpa memandang status sosial, memiliki kesungguhan dalam menanggapi keluhan pelanggan, dan memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan. Hal ini selanjutnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006), Manullang (2008), Ardiawan (2009), serta Hong dan Marimuthu (2014) yang

menyatakan bahwa *emphaty* (empati) terbukti secara positif signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

4. PENUTUP

4. 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan *Tangibles* (bukti fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Galeri Indosat Solo. Jadi hipotesis yang menyatakan *tangibles* (bukti fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya. *Reliability* (kehandalan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Galeri Indosat Solo. Jadi hipotesis yang menyatakan *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya. *Responsiveness* (tanggapan/daya tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Galeri Indosat Solo. Jadi hipotesis yang menyatakan *responsiveness* (tanggapan/daya tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya. *Assurance* (jaminan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Galeri Indosat Solo. Jadi hipotesis yang menyatakan *assurance* (jaminan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya. *Emphaty* (empati) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Galeri Indosat Solo. Jadi hipotesis yang menyatakan *emphaty* (empati) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya.

4. 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang ada dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya. Sampel (responden) dalam penelitian ini sangat terbatas karena jumlah dan lingkup area tidak begitu luas sehingga relatif tidak bisa digeneralisasi untuk populasi yang lebih luas selain pada pelanggan Galeri Indosat Solo. Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan sampel secara lebih luas agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik, lebih bisa digeneralisasi, bisa memberikan gambaran yang lebih riil tentang kepuasan pelanggan.

Diperlukan pendekatan kualitatif untuk memperkuat kesimpulan karena instrumen penelitian rentan terhadap persepsi responden yang tidak menggambarkan keadaan yang sebenarnya dalam diri masing-masing. Pendekatan ini bisa dilakukan dengan observasi atau pengamatan langsung ke dalam obyek dilengkapi dengan wawancara atau pertanyaan lisan yang dijadikan lokasi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Cetakan V. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2007. *Pemasaran di Sektor Publik*. Indonesia : Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Parasuraman, A. (1998). *Customer service in business-to-business markets: An agenda for research*. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 13, 309-321.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994a). *Reassessment of expectations comparisons as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research*. *Journal of Marketing*, 58, 11-124.
- Siregar, Ir. Sofyofian, M.M .2010. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. *Pelanggan Puas ? Tak Cukup !*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran* (Edisi II). Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Yamit, Drs. Zulian, M.Si. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.